

**Mengenal Konsep Ilmu Komunikasi Ditinjau Dari
Asal Mula Publisistik dan Perkembangan Pers
Oleh Muller Sitohang***

Abstract

Origins of modern communication science is conception of journalism, then used the term of mass communication or communications addressed to the mass/ public. The rapid development of journalism and mass communication applications raises new demands of society to making moral restrictions in various activities of publication.

Keywords: communication science, journalism, press

Abstrak

Cikal bakal ilmu komunikasi modern adalah konsepsi jurnalistik, lalu digunakan istilah komunikasi massa atau komunikasi yang ditujukan kepada massa/ publik. Pesatnya perkembangan aplikasi jurnalistik dan komunikasi massa menimbulkan tuntutan baru dari kalangan masyarakat agar dibuatkan pembatasan moral dalam berbagai kegiatan publikasi.

Kata Kunci: ilmu komunikasi, jurnalistik, pers

1. Pendahuluan

Secara faktual berdasarkan sejarah perkembangan ilmu komunikasi, berbagai tokoh ilmu sosial seperti Emil Dovifat, Walter Hageman, Kieslich, Feldmann dan Meier mengatakan, bahwa Publisistik sudah dikenal sejak purbakala. Publisistik sebagai pengetahuan sosial adalah berasal dari pengetahuan Seni Pidato (*Rethorica*) atau secara klasik dikatakan berasal dari seni/kecakapan berkotbah (*Homiletica*).

Kemudian dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di kontinen Eropah pada awalnya segala pernyataan lisan (kata-kata) penguasa dijadikan dasar pernyataan umum. Kemudian hal itu (semasa Romawi kuno) dituliskan sebagai pernyataan umum, yakni catatan resmi kerajaan yang disampaikan dalam bentuk berita pengumuman (*Acta Diurna*). Semasa reformasi di daratan Eropah, orang memperoleh keuntungan luar biasa karena mencetak dan menyebar-luaskan hasil debat teologia antara Dr. Martin Luther dengan para pendeta penguasa dari Vatikan, akhirnya muncullah surat-kabar modern. Berkembangnya persurat-kabaran modern di Eropah mengundang minat orang membahas seluk-beluk persurat-kabaran, yang pada akhirnya muncullah *Zaitungswissenschaft* atau *Zaitungskunde* atau ilmu pengetahuan tentang surat-kabar. Selanjutnya *Zaitungskunde* (ilmu persurat-kabaran) yang pasca Perang Dunia (PD-

II) berkembang menjadi *Publizistik* (ilmu pernyataan publik) yang selanjutnya berkembang menjadi salah satu cabang ilmu populer yang dewasa ini dianggap sebagai cikal bakal dari Ilmu Komunikasi, walaupun kemudian hampir semua ahli komunikasi menganggap Ilmu Komunikasi adalah salah satu ilmu turunan dari Sosiologi selaku ilmu induk ilmu-ilmu sosial.

Pasca PD-II di Amerika Serikat juga berkembang industri persurat-kabaran, namun konsepsi dasar mereka mendalami aspek keilmuannya serta mengembangkannya menjadi salah satu ilmu pengetahuan baru adalah dari aspek kegiatan journal isi surat-kabar. Itulah sebabnya, para ahli yang mendalami ilmu komunikasi dari versi perkembangan tersebut di Amerika Serikat merasa yakin bahwa cikal bakal Ilmu Komunikasi modern adalah dari konsepsi Journalisme, bahkan di sana juga diketahui pemakaian istilah *Mass Communication* atau komunikasi yang ditujukan kepada massa/ publik. Pesatnya perkembangan aplikasi *Journalism* dan *Mass Communication* tersebut di kemudian hari menimbulkan tuntutan baru dari kalangan masyarakat agar dibuatkan pembatasan moral dalam berbagai kegiatan publikasi, yaitu semacam kode etik pekerjaan bidang publikasi informasi.

Dalam kaitannya dengan tuntutan dari masyarakat itu, timbul kesulitan baru, sebab pengakuan atas keberadaan sesuatu kode etik

pekerjaan mutlak diperlukan ilmu pengetahuan tersendiri selaku yang menaunginya. Pada masa itulah muncul Josef Pulitzer sebagai pelopor studi bidang persurat-kabaran yang kemudian dipandang sebagai bapak ilmu pers karena ia berhasil mendirikan sebuah akademi yang mempelajari seluk-beluk *Journalism* dan *Mass Communication*, yang selanjutnya berkembang menjadi nama ilmu baru, yakni Ilmu Komunikasi. Dengan sendirinya keberadaan kode etik profesi bidang pekerjaan persurat-kabaran menjadi dapat diterima oleh masyarakat di bawah naungan Ilmu Komunikasi. Itulah sebabnya Josef Pulitzer diakui oleh masyarakat yang menggeluti media massa sebagai Bapak Pers dan hingga sekarang dijadikan simbol pemberian penghargaan bagi mereka yang berprestasi gemilang dalam bidang profesi media massa, khususnya surat kabar.

Patut diketahui, ada 4 syarat pekerjaan profesi:

- Ada bidang pekerjaan yang digeluti
- Sifat pekerjaannya mengabdikan pada sosial (umum), bukan mengutamakan aspek material (*profit oriented*)
- Anggota kelompoknya secara sukarela membatasi diri pada nilai kemanusiaan dan kemasyarakatan (kode etik)
- Ada ilmu pengetahuan yang mendukung pengembangan profesinya

Keempat syarat profesi ini sekaligus juga dijadikan syarat pengakuan atas kode etik pekerjaan, seperti kode etik pers, kode etik kedokteran, kode etik advokat dan sebagainya, yang penamaannya tergantung pada mereka seperti kode etik pers di Indonesia juga disebut kode etik PWI atau kode etik Jurnalistik.

2. Pembahasan

Berdasarkan keterangan di atas, ada dua sumber utama perkembangan ilmu komunikasi, yakni dari Eropah dengan cikal-bakal Publisistik dan dari Amerika Serikat dengan cikal-bakal Jurnalistik atau komunikasi massa. Perkembangannya berpengaruh pada aneka konsepsi dan ruang lingkungannya, sebagaimana halnya terjadi juga di Indonesia. Terakhir para ahli kita sependapat menggunakan kedua nama ilmu itu dengan Ilmu Komunikasi sebagai salah satu perkembangan dari induk ilmu sosial, yaitu Sosiologi.

Meski sudah sepekat atas nama ilmunya, namun penggunaan istilah masih beraneka untuk konsep yang sama. Misalnya istilah, Komunikan, Sasaran, Destination, Encoder, Audience adalah

konsepsi sebagai “manusia yang kepadanya motif komunikasi hendak diwujudkan”. Agar tidak terjadi kesimpang-siuran pemahaman dalam mendalami konsepsi dasar ilmu komunikasi tersebut melalui berbagai literatur yang memang sangat beragam sebagai akibat dua sumber perkembangan ilmunya, maka berikut ini penulis mencoba menguraikan garis besar plot konsepsi dasar ilmu komunikasi tersebut dalam suatu kerangka pokok problematika ilmunya sebagai berikut:

1). Definisi

- Ilmu Komunikasi = ilmu yang mempelajari usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain
- Obyek ilmu/ penelitiannya = usaha manusia dalam menyampaikan isi pernyataannya kepada manusia lain

2). Manusia

- Ilmu komunikasi menggunakan istilah “manusia”, di mana secara sosiologis pengertian manusia tidak sama dengan “orang”
- Manusia = makhluk Tuhan yang paling tinggi martabatnya dari semua makhluk lainnya
- Manusia dilengkapi dengan tiga peralatan hidup, yakni a. Nyawa/ hayati/ jiwa, b. Peralatan jasmaniah, dan c. Peralatan rohaniah.
- Hak menggunakan ketiga peralatan hidup itu disebut “martabat manusia” dan aspek dinamisnya disebut “Hak Azasi Manusia”. Pelanggaran HAM hanya terjadi bila pihak yang kuat/ berkuasa memaksakan kehendak kepada pihak yang lemah.
- Dengan ketiga peralatan hidup tersebut memungkinkan manusia dapat mencipta dan mengubah makhluk Tuhan lainnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan hidupnya
- Peralatan rohaniah terdiri dari: Akal, Budi, Hati-nurani dan seperangkat naluri. Komunikasi sebagai bentuk konkret interaksi sosial didorong oleh naluri sosial. Interaksi sosial hanya terjadi bila ada kontak sosial dan komunikasi
- Semua nilai sebagai hasil kerja Akal, Budi dan Hati-nurani disebut Falsafah Manusia. Keseluruhan hasil kerja ketiga peralatan

hidup manusia sepanjang sejarah disebut Kebudayaan

- Kebudayaan adalah keseluruhan hasil-cipta manusia yang dapat diwariskan sehingga bersifat lestari

3). Cara kerja Peralatan Rohaniah

- Peralatan rohaniah manusia bekerja secara simultan
- Hati-nurani = tempat Falsafah Manusia. Secara umum definisi Falsafah Hidup = kesatuan nilai-nilai yang bersinggahsana dalam Hati-nurani, yang menurut manusia yang memilikinya mempunyai derajat paling agung, bahwa apabila diwujudkan ia akan memperoleh kebahagiaan hidup.
- Akal membedakan mana yang benar & mana yang salah, menganalisa, membanding, menghubungkan, membuat kesimpulan dan mengingat
- Budi membedakan mana yang baik, adil, indah, buruk, harmonis dsb
- Naluri mendorong manusia untuk melakukan sesuatu. Ada banyak naluri, ada yang membangun, ada yang merusak. Naluri yang langsung berhubungan dengan komunikasi ialah naluri sosial, naluri ingin tahu dan naluri komunikasi.

4). Falsafah Hidup

- Bentuk konkrit dari Falsafah Hidup ialah Kepribadian.
- Ada persamaan pokok di antara manusia, yakni semua ingin bahagia
- Perbedaan di antara manusia itu timbul/terjadi dalam hal setiap pribadi berusaha memperoleh kebahagiaan hidupnya. Apa yang diutamakan, sejauhmana kadarnya dan bagaimana perbandingan konsepsinya atas tiga hal berikut :
 - a. Di mana kebahagiaan tersebut akan dinikmatinya : Dunia (D), Akhirat (A) atau dua-duanya D / A
 - b. Siapa yang diutamakannya : Individu (I), Masyarakat (M), atau dua-duanya I / M
 - c. Apa yang dinikmati : Materi (Mt), Spiritual (Sp) atau Mt / Sp
- Jawaban seseorang terhadap tiga masalah perolehan unsur kebahagiaan tersebut menghasilkan Falsafah Hidupnya.

Umpamanya, Falsafah Hidup Individu si Ali : B – I – Mt atau Falsafah Hidup si Budi : D/A – M – Mt/Sp ataupun Falsafah Hidup kenegaraan bangsa Indonesia (=Pancasila) : D/A – I/M – Mt/Sp, demikian pula anda tentu Saudaralah yang mengetahui formatnya bagaimana.

- Falsafah Hidup seseorang tercipta dalam suatu rangkaian pengalaman hidup, khususnya pendidikan (formal, im-formal, non-formal) yang diperolehnya selama hidup. Dari waktu ke waktu kondisi Falsafah Hidup itu berubah sepanjang hidup, namun setelah dewasa/ tua semakin kecil kadar perubahannya.
- Karena tidak ada pengalaman hidup yang sama persis kendatipun lahir kembar, maka tidak ada Falsafah Hidup manusia yang sama. Gambaran dan kondisinya dapat dikelompokkan menurut kategori pokok secara rata-rata. Inilah yang disebut Falsafah Hidup Masyarakat. Usaha guna menselaraskan Falsafah Hidup Individu dengan Falsafah Hidup Masyarakat disebut Sensor

5). Konsepsi Kebahagiaan

- Dalam satu Falsafah Hidup Individu terkandung berbagai Konsepsi Kebahagiaan, misalnya bidang Pendidikan, Keluarga, Agama/ keyakinan, Mata-pencaharian, Kesenangan dsb. Konsepsi kebahagiaan apa yang dominan dalam dirinya, maka hal itulah yang mewarnai wataknya. Jadi watak = bentuk konkrit dari konsepsi kebahagiaan seseorang
- Konsepsi kebahagiaan lebih mudah diwujudkan dalam pergaulan hidup atau interaksi sosial. Dalam hal ini naluri sosialnya selalu mendorong ia untuk bergaul atau berinteraksi dengan manusia lain, baik kerja-sama (*cooperation*), persaingan (*competition*) maupun pertikaian (*conflict*)
- Naluri ingin tahu mendorong seseorang berusaha mengetahui segala sesuatu yang dideteksi oleh panca-indranya lalu dicuatkan oleh peralatan alam rohaniannya
- Naluri komunikasinya selalu mendorong manusia untuk menyampaikan isi pernyataannya (IP)/ *message* kepada manusia lain yang berkaitan dengan motifnya

- Dalam usaha mewujudkan konsepsi kebahagiaan atau guna melaksanakan berbagai macam dorongan naluritersebut, manusia menggunakan akal dan budi serta peralatan alam rohaniah lainnya secara simultan
- Kompetensi dan kondisi alam rohaniah setiap manusia berbeda satu sama lain, maka ada yang dinilai cerdas dan ada yang bodoh, dan sebagainya.

6). Motif Komunikasi

- Kalau seseorang berpendapat, bahwa perlu berhubungan dengan manusia lain guna mewujudkan konsepsi kebahagiaannya, maka saat itu terbentuklah Motif Komunikasi. Jadi motif komunikasi merupakan hal yang mendasari seseorang tergerak untuk bergaul serta melakukan tindak komunikasi
- Motif komunikasi juga dapat dipandang sebagai konsepsi kebahagiaan seseorang tentang sesuatu yang perwujudannya memerlukan tindak komunikasi dalam interaksi sosialnya
- Untuk mewujudkan motif komunikasi, seseorang dapat menyampaikan satu atau lebih/ berbagai Isi Pernyataan

7). Perencanaan Mewujudkan Motif Komunikasi

- Dalam teori komunikasi, Perencanaan Mewujudkan Motif Komunikasi biasa disebut “Perencanaan Komunikasi” dan dalam praktek disebut proposal kampanye atau konsep *Public Speaking*
- Perencanaan Mewujudkan Motif Komunikasi = berorientasi kepada komunikan
- Supaya upaya perwujudan motif komunikasi efektif, hendaklah mengetahui “siapa” komunikan. Artinya, terlebih dahulu teliti keberadaan (eksistensi) Manusia atau Khalayak sasaran serta situasi & kondisi yang dapat mempengaruhi proses keberhasilan komunikasi
- Penelitian manusianya harus difokuskan pada deskripsi Falsafah Hidup, Konsepsi Kebahagiaan, kondisi Akal – Budi komunikan sehubungan dengan Motif Komunikasi kita. Dan penelitian terhadap situasi & kondisi harus ditujukan pada faktor eksternal mana/ apa dalam dinamikanya yang patut diduga dapat

dimanfaatkan guna mempengaruhi komunikan agar Motif Komunikasi kita diterima

- Pembatasan sasaran dan masalah. Jika komunikan banyak perlu dibatasi jumlahnya atau diseleksi hanya mereka yang paling berpengaruh/ penting saja. Dan jika materi/ masalahnya luas & beraneka perlu diringkas atau dirumuskan isi pokoknya saja
- Penyusunan Isi Pernyataan, terdiri dari Materi, Lambang Komunikasi, Etika dan Estetika Isi Pernyataan dalam penyajiannya/ tindak komunikasinya.
- Pemilihan Media Komunikasi yang tepat, yaitu media apa yang dapat mendukung usaha perwujudan motif komunikasi. Tiap media memiliki karakteristik dan daya pengaruh yang khas/ tersendiri dalam kaitannya dengan tindak komunikasi.
- Penentuan gradasi intensitas Isi Pernyataan, satu atau lebih atau gabungan dari formula sebagai berikut:
 - a. Pemberitaan/ pengumuman = fakta belaka
 - b. Penerangan/ sosialisasi = fakta + penjelasan fakta
 - c. Pembujukan/ persuasi = fakta + penjelasan fakta + ajakan
 - d. Propaganda = (materi persuasi) + frekuensi + bohong
 - e. Agitasi/ profokasi = (materi propaganda) + ancaman psikologis
 - f. Indoktrinasi = (materi agitasi) + ancaman fisik yang sistematis
 - g. Cuci-otak/ Brain-washing = (materi indoktrinasi) + nilai-nilai baru, faham/ ajaran sesuai kehendak/ tujuan/ sasaran
- Penentuan jadwal/ schedule tindak komunikasi dalam interval waktu yang direncanakan/ diprogramkan
- Penentuan waktu/ saat yang paling tepat bertindak, apakah pagi, siang, sore, malam bahkan perihal hari/ tanggal, minggu, bulan dan tahunnya
- Tindak komunikasi = realisasi penyampaian Isi Pernyataan misalnya operasional kampanye, acara public speaking, seminar dsb. Tindak komunikasi harus dilakoni oleh pribadi yang terampil

di bidangnya secara profesional agar motif komunikasi dapat terwujud

8). Hubungan Motif Komunikasi dengan Isi Pernyataan

- Dari satu Motif Komunikasi dapat disampaikan satu atau lebih/ berbagai Isi Pernyataan
- Isi Pernyataan harus dikonkritkan agar dapat mewujudkan Motif Komunikasi (=agar dapat diketahui manusia lain)
- Ada kalanya message maupun *feed-back* berbeda dengan Motif Komunikasinya, hal itu tergantung pada rangkaian usaha dan kiat/ cara manusia yang bersangkutan mewujudkan motif komunikasinya

9). Lambang Komunikasi

- Isi Pernyataan yang asli adalah abstrak dalam benak manusia, karena hal itu merupakan hasil kerja peralatan rohaniah (khususnya Akal & Budi). Agar isi pernyataan yang abstrak itu dapat diketahui manusia lain, perlu dikonkritkan dalam bentuk message atau *feed-back*, dengan menggunakan alat komunikasi.
- Message dan *feed-back* sama-sama bentuk konkrit dari Isi Pernyataan, yang wujudnya sangat tergantung pada kemampuan berkomunikasi seseorang (belajar dan latihan)
- Alat yang dapat mengubah isi pernyataan dari abstrak menjadi konkrit disebut Lambang Komunikasi, seperti bahasa lisan, tulisan, gambar, mimik, gerak-gerik, bunyi/ suara, gelombang/ propagasi, signal, asap, warna, makna jenis pakaian dan berbagai tanda pengertian umum lainnya.
- Pemilihan atau penggunaan Lambang Komunikasi tergantung pada motif komunikasi dan kondisi keberadaan komunikan, khususnya peralatan jasmani dan rohaninya

10). Umpan Balik (*Feed-back*)

- Umpan balik = *feed-back* adalah reaksi/ jawaban komunikan terhadap Isi Pernyataan yang diterimanya
- *Feed-back* ada tiga kemungkinan, berupa :
 - a. disampaikan komunikan langsung kepada komunikator

b. diketahui komunikator dari manusia lain, dan

c. didiamkan oleh komunikan

- *Feed-back* perlu bagi komunikator untuk mengetahui sejauhmana Motif Komunikasinya telah terwujud, kurang terwujud atau gagal

11). Gap-communication + Mis-communication + Mis-understanding

- Apabila kompetensi dan kondisi komunikator tidak sama dengan komunikan, di mana komunikator tidak berdaya mengatasinya dalam proses komunikasi, maka yang terjadi adalah kemungkinan sbb:

a. Gap-communication, yaitu kegagalan tindak komunikasi karena cakrawala pengalaman dan tingkat pengetahuan (*field of experience*) komunikator dan komunikan tidak nyambung atau tidak bersinggungan/ berpotongan wilayah, artinya ada jarak/ jurang pemisah antara mereka

b. Mis-communication, yaitu kegagalan tindak komunikasi dikarenakan satu atau lebih komponen proses komunikasi mengalami gangguan. Artinya, dalam usaha perwujudan Motif Komunikasi secara teknis tidak lancar/mulus sebagaimana mestinya (=ada gangguan proses komunikasi, apakah internal atau internal di antara keduanya)

c. Mis-understanding, yaitu kegagalan tindak komunikasi karena isi pernyataan (*message* atau *feed-back*) tidak dipahami atau dipahami tidak sebagaimana adanya. Mungkin salah teknis lambang komunikasi atau salah terima akibat persepsinya beda

12). Komunikasi Tatap-muka atau Komunikasi Antar Pribadi

- Komunikasi antar pribadi yang umumnya lebih dikenal “*face to face communication*”, merupakan komunikasi yang paling tertua dalam budaya manusia.
- Dalam peradabannya, dari waktu ke waktu manusia telah menciptakan berbagai alat penghubung (=media komunikasi) agar isi pernyataan dapat menjangkau manusia lain di lain tempat, yang keberadaannya

(banyak, berjauhan, beraneka budaya, tidak dikenal, bahkan mungkin belum lahir)

- Komunikasi Tatap-muka sangat akrab dengan kehidupan dan paling disukai serta memuaskan, mengingat kelebihan/keunggulannya
- Kelebihan & keunggulan komunikasi tatap-muka:
 - a. Dapat menggunakan banyak/ aneka Lambang Komunikasi untuk lebih mengkonkritkan isi pernyataan seutuhnya.
 - b. Umpan balik (feed-back) dapat langsung dideteksi & diketahui.
 - c. Kesalahan/ kekurangan dalam usaha mewujudkan Motif komunikasi dapat segera dibetulkan atau diulang.
 - d. Ada peluang mengatasi gap-komunikasi, miskomunikasi atau misunderstanding yang mungkin terjadi.
 - e. Komunikasi tatap muka berlangsung dua arah (bergantian) dalam suatu interaksi sosial sehingga mereka dapat menjalin hubungan sosial yang saling menguntungkan/ bersahabat.
- Kekurangan & kelemahannya komunikasi tatap-muka:
 - a. Waktu dalam perencanaan komunikasi sangat singkat bahkan spontan, maka penyusunan isi pernyataan sering tidak sempurna, bahkan ada kalanya terlupakan sesuatu hal lain.
 - b. Saat proses komunikasi berlangsung, masing-masing (komunikator dan komunikan) sangat dipengaruhi faktor psikologis dan sosiologis pribadi yang sulit disembunyikan.

13). Ilmu Komunikasi Terapan atau Ilmu Praktika

Seiring dengan perkembangan zaman, kini ilmu komunikasi teoritis tersebut telah melahirkan berbagai ilmu komunikasi terapan (*applied science*). Berbagai ilmu komunikasi terapan yang dewasa ini sudah lazim dikenal oleh khalayak adalah sebagai berikut:

- Ilmu Komunikasi Massa atau Jurnalistik atau pers
- Ilmu Komuniasi Sosial atau Ilmu Penerangan atau publikasi
- Ilmu Komunikasi Manajemen atau Public Relations atau Humas

- Ilmu Komunikasi Bisnis Pemasaran atau Advertising & Periklanan
- Ilmu Komunikasi Politik atau *Psychological Warfare* (13 nama lain)
- Ilmu Komunikasi Pidato atau Public Speaking atau Retorika atau Pidato
- Ilmu Komunikasi Pembangunan atau Komunikasi Perubahan Sosial
- Jurnalistik Elektronika atau Radio Siaran dan Televisi

3. Kesimpulan

Mahasiswa yang sudah mendalami problematika ilmu komunikasi sebagaimana garis besar plot konsepsi dasar yang diuraikan di atas, sudah barang tentu dengan mudah dapat memahami aspek hakekat berbagai fenomena sosial menurut ruang lingkup ilmu komunikasi. Misalnya fenomena dalam pergaulan hidup sehari-hari ternyata; “memahami apa-apa yang kita ucapkan adalah mudah tetapi memahami apa-apa yang diucapkan orang lain adalah hal yang sulit!” Hakekat fenomena komunikasi ini dapat dijawab dari konsepsi Lambang Komunikasi (9) dan Hubungan Motif Komunikasi dengan Isi Pernyataan (8). Demikian juga dalam memberikan penjelasan ilmiah terhadap berbagai fenomena lainnya, seperti komunikasi dalam diri, counter propaganda, desas-desus, *inter-personal communication*, *gate-keeper*, *opinion leader*, sensor, dan sebagainya, yang penting kita harus terlebih dahulu mendalami garis besar plot konsepsi dasar ilmu komunikasi tersebut di atas, selanjutnya dengan mudah menjawab dan menguraikan problematika komunikasinya.

REFERENSI

- Adinegoro, D. 1963. *Publisistik dan Djurnalistik*. Jakarta.
- Andrew, Tudor. 1974. *Image and Influence. Studies in The Sociology of Film*. London: George Allen & Unwin Ltd
- Astrid, S. Susanto. 1974. *Komunikasi Dalam teori dan Praktek* (jilid I dan II). Bandung: Binacipta.

- Berlo, D.K. 1960. *The Process of Communication*. New York.
- Gould, Julius and Kolb, William L. (editors). 1964. *A Dictionary of the Social Sciences*. London: Toerstock Publications.
- Guide H. Stempel III. *Analisis Isi* (Terjemahan Jalaluddin Rakhmat dan Arko Kasta). Jakarta: Arai Komunikasi
- Hoeta Soehoet, Drs. H. A.M. 1978. *Pengantar Ilmu Publisistik*. Jakarta, Perpustakaan STP.
- Hoeta Soehoet, Drs. H. A.M. 1982. *Filsafat Komunikasi*. Jakarta: IISIP – Press, Kampus Tercinta, 1982
- Ithiel de Sola Pool & Wilbur Schramm, et.al. (editors). 1973. *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Kertapati, Drs. Ton. 1968. *Dasar-Dasar Publisistik* (jilid I dan II). Jakarta: Penerbit “Soeroengan”.
- Oemi Abdurrachman. 1990. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Seligman, Edwin R.A. & Alvin Johnson (editors). 1957. *Encyclopaedia of Social Sciences*. New York: The Macmillan Company.
- Schramm, Wilbur. 1955. *The Process and Effects of Mass Communication*. New York.
- Stanley, Robert H. & Steinberg, Charles S. 1976. *The Media Environment : Mass Communication in American Society*. New York 10016, Hasting House.
- Warren K. Age, Phillip H. Ault, Edwin Emery. 1976. *Introduction to Mass Communication*. Harper & Row, Publishers, Inc.

*** Drs. Muller Sitohang, MM**

Dosen S1 Prodi Ilmu Komunikasi STISIP
Widuri